

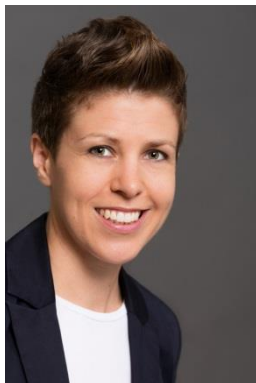
GEFÖRDERTE UNIVERSITÄTSPROJEKTE 2016

WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN

Vom Grätzel zur Marke - Die Wirtschaftskraft des Grätzels



Fotos: Isabel Eichinger,
Monika Koller



Isabel EICHINGER MSc.

PD Dr. Monika KOLLER

Institut:
Marketing Management
Department für
Marketing

Welche wirtschaftlichen Implikationen hat es, wenn ein Grätzel zu einer Marke avanciert? Das Phänomen „Grätzel“, bisher nur getrennt aus der Perspektive des Place Brandings (i.S.d. Stadtmarketings) und jener der raumsoziologischen Stadtforschung untersucht, wird im vorliegenden Projekt erstmals einer disziplinübergreifenden Betrachtung unterzogen.

Das Projekt gliedert sich in drei Phasen. In Phase 1 werden Grätzels anhand zentraler Elemente wie BewohnerInnenstruktur, Gewerbe und Gastronomie, Infrastruktur und Fläche typologisiert. Phase 2 analysiert jene Grätzels, die sich als „Marke“ etabliert haben, um zugrundeliegende Muster und Dynamiken zu erkennen. Phase 3 erörtert abschließend, welche Implikationen ein Marken-Grätzel für die Wirtschaft hat. Dabei werden sowohl bereits etablierte Wiener Grätzels (Altbestand) als auch Stadtentwicklungsgebiete (Neubestand) adressiert.

Eine bereits durchgeführte explorative Vorstudie mit Stakeholdern des Sonnwend- und Nordbahnviertels liefert die Basis für thematische Kernuntersuchungsgebiete. Diese umfassen den Einfluss baulicher Gegebenheiten wie Walkability und Erdgeschoßzonen; demographische und sozialpsychologische Trends wie die Einbindung von Social Media im Grätzel und den Wunsch nach einem „Dorf in der Stadt“; KonsumEinstellungen wie „Fahr nicht fort, kauf im Ort“ und die Rolle lokaler Unternehmer.

Mittels Methoden-Mix aus Experteninterviews, Fokusgruppen und Mapping geographisch-wirtschaftlicher Zusammenhänge werden die Dynamiken zur Grätzel-Markenbildung in Wien untersucht. Ausgewählte internationale Case Studies liefern eine sowohl sekundär- als auch primärdatenanalytische Ergänzung.

Die innovativen angewandten Methoden und der interdisziplinäre Zugang mit der Berücksichtigung verschiedener Stakeholder ermöglichen ein umfassendes Verständnis des Phänomens „Grätzel“. Auf Basis der Kernerkenntnisse werden wertvolle Handlungsimplicationen und Impulse für die Wiener Wirtschaft generiert, mit denen das ökonomische und soziale Potential der Wiener Grätzel zielgerichtet erschlossen werden kann.

Projektlaufzeit: 1.April 2016 bis 30.Juni 2017